GRH Encadrement d'équipe

Chapitre 8.1 : Connaissance de soi (TD1)

8.1.1. Connaissance de soi

Comment bien se connaître ?

Un test rapide permet de réfléchir sur sa personnalité. Le **Myers Briggs Type Indicator (ou MBTI)** est un test psychologique qui nous permet d'affiner notre connaissance de nous-même.

Origine de la méthode

Dans le cadre de la psychologie analytique, Carl Gustav Jung (1875-1961), psychiatre suisse, a amené des éléments théoriques dont l'existence des "types psychologiques". Cette invention a été publiée en 1921. Jung définit 8 types psychologiques de base.

Myers et Briggs sont deux analystes junguiennes qui ont ajouté une dimension d'organisation par rapport aux travaux originaux de Jung. Cette dimension juge la capacité d'organisation de la personne et son aptitude à respecter les lois. Ainsi, une personne ordonnée sera dénommée **« Judge » « J »** et une non ordonnée plus intuitive matériellement sera dénommée **« Perceiving » « P »**.

La Socionique, développée en URSS, sans contact pendant le régime soviétique avec les Etats-Unis, ni avec Myers et Briggs, est un modèle stipulant que chacun des seize types psychologiques possèdent un rôle social plus ou moins déterminé. Chaque personne accepte et produit de l'information de manière différente selon son type, ce qui génère des comportements différents selon les types. Issue de cette conception jungienne est née cette seconde théorie développée dans la continuité de Jung et dans la « sphère soviétique », accessible depuis les années 1990.

Les domaines d'utilisation professionnelle

Selon le Center for Applications of Psychological Type, environ 2 millions de personnes par an effectuent le test MBTI. L'indicateur peut être utilisé en éducation, en counseling, ainsi que dans toute situation qui demande de la coopération ou du travail d'équipe, auprès des adolescents de 16 ans et plus et des adultes. OPP, qui détient les droits d'utilisation du test en Europe, précise qu'il "aide à améliorer les relations personnelles et professionnelles, augmente la productivité et permet d'identifier les préférences en matière de leadership et de communication". Beaucoup d'écoles l'utilisent pour leurs conseils d'orientation. C'est l'indicateur le plus utilisé au monde.

Forme officiel du test et protection légale

Il existe six formes du MBTI américain. Elles diffèrent par le nombre de questions posées (de 93 à

222), par le mode d'emploi (auto-analyse ou analyse par un tiers) et par le contexte d'emploi (forme simple, analyse de facettes au sein des différents types,...).Le MBTI est une marque déposée par la fondation Myers Briggs (The Myers & Briggs foundation). De ce fait, seuls les praticiens licenciés à cette fin peuvent faire passer officiellement un « test MBTI ® », faute de quoi la pratique affichée d'un tel test constitue une contrefaçon. Le test officiel est payant et il est nécessaire d'être certifié pour le faire passer. Cette certification inclut le respect d'un code de déontologie (par exemple, l'interdiction de faire passer le MBTI dans le cadre d'un entretien d'embauche). La protection légale mise en place par la fondation vise à assurer que le « test MBTI ® » reste synonyme d'une prestation de qualité suffisante et homogène (et assure à ladite fondation les revenus financiers nécessaires à son fonctionnement).

Détermination gratuite du MBTI

L'interdiction de proposer un test MBTI sans licence ne concerne que les professionnels du secteur soucieux de proposer le MBTI en tant que tel. Comme indiqué ci-dessus, le test révèle le type psychologique selon la typologie proposée par Jung, et si une méthode particulière peut être protégée (par le droit des brevets et le droit des marques), le fait d'obtenir le résultat est du domaine public. Il existe de nombreux sites en ligne proposant des tests gratuits pour déterminer (avec plus ou moins de fiabilité) son type MBTI.

Le test MBTI, qui est utilisé dans ce cours, provient du site américain www.personalitytype.com/quiz.asp via le site français http://www.intelligence-creative.com/280_mbti.html. **Il ne peut être utilisé en dehors d'un travail individuel de chaque étudiant.**

Les préférences du MBTI

Le test proprement dit a pour résultat de déterminer quelle est la fonction dominante et la fonction auxiliaire du sujet, suivant le type psychologique proposé par Jung. Dans ce but, le test détermine les préférences du sujet suivant quatre axes :

- **L'orientation de l'énergie entre E_Extraversion et I_Introversion** permet de déterminer si la fonction principale est introvertie ou extravertie.
- **La manière privilégiée pour recueillir de l'information entre S_Sensation et N_Intuition** permet de déterminer lequel de ces aspects est le mieux maîtrisé par le sujet (sous forme de fonction dominante ou auxiliaire).
- De même, **le traitement privilégié pour la prise de décision entre T Pensée et F Sentiment** détermine laquelle des deux est la fonction privilégiée (sous forme de fonction dominante ou auxiliaire).

Cependant, ces trois préférences ne permettent pas de distinguer entre la fonction dominante et l'auxiliaire.

Correspondance avec les fonctions psychologiques de JUNG

Dans le type MBTI, les fonctions dominantes et auxiliaires sont codées de la manière suivante :

- La première lettre indique si la fonction dominante est introvertie (I) ou extravertie (E) ;
- La quatrième lettre donne la préférence qui est extravertie, l'axe de la Perception (P) ou celui du Jugement (J).

Combinée à la première lettre, on peut en déduire sur quel axe est la fonction dominante : pour les ExxP et IxxJ, la fonction dominante est donnée par la deuxième lettre, et par la troisième pour les IxxP et ExxJ. Outre les fonctions dominante et auxiliaire, on définit également les fonctions tertiaire et inférieure, respectivement complémentaires des fonctions auxiliaire et dominante. *Ainsi, par exemple, un sujet dont le type MBTI est INTP, c'est l'axe de la Perception (P) qui est extraverti, la fonction principale (qui est introvertie) est donc celle de l'axe du jugement, la troisième lettre, ici orientée sur la pensée (T)*.

16 types psychologiques de base

Afin de connaître quel genre de fonction (perceptuelle ou de jugement) est la plus forte, Isabel B. Myers a conçu, en 1980, la polarité Jugement-Perception en se fondant sur la distinction faite par Jung entre les types irrationnels (perception) et les types rationnels (jugement). Le test sur cette quatrième préférence permet ainsi de déterminer laquelle des deux fonctions est la fonction principale du sujet. Les préférences définies sont les suivantes :

- **Orientation de l'énergie : E _Extraversion / I_Introversion**
- **Recueil d'information : S_Sensation / N_Intuition**
- **Prise de décision : T_Pensée / F_Sentiment**
- **Mode d'action (axe extraverti) : J_Jugement / P_Perception**

La connaissance de vos 4 préférences vous indique votre type MBTI. Ils sont au nombre de 16.

La présentation des 4 groupes

Les tempéraments psychologiques forment une typologie créée par David KEIRSEY, fondée sur les types psychologiques de Carl G. JUNG. Elle aboutit à distinguer seize types psychologiques, suivant la fonction cognitive dominante (quatre possibilité), son orientation introvertie ou extravertie, et l'orientation de la fonction cognitive auxiliaire sur l'axe complémentaire.

Les gardiens (SJ) : l'habileté logistique

Les besoins de base du Gardien sont l'adhésion au groupe et la responsabilité. Les Gardiens ont besoin de savoir qu'ils font leur devoir. Ils valorisent la stabilité, la sécurité et le sens de la communauté. Ils se fient à la hiérarchie et à l'autorité et peuvent être surpris quand d'autres vont à l’encontre de ces structures sociales. Les gardiens savent comment les choses ont toujours été faites, et donc ils anticipent les problèmes. Ils ont le chic pour suivre les règles, les procédures et le protocole. Les types appartenant à la catégorie Gardien sont les suivants : ESFJ (**fournisseur**), ISTJ (**inspecteur**), ESTJ (**superviseur**), ISFJ (**protecteur**). *source : Wikipédia*

NB : Voir dans le cours en ligne, les fiches descriptives de chaque type

Les artisans (SP) : l'habileté tactique

Les besoins de base des Artisans sont d'avoir la liberté d'agir sans obstacle et de voir un résultat marqué à leurs actions. Les artisans valorisent hautement l'esthétique, que ce soit dans la nature ou dans l'art. Leurs énergies sont concentrées sur la performance adroite, la variété et la stimulation. Les artisans ont tendance à être doués à employer les moyens disponibles pour accomplir un but. Leur créativité est révélée par la variété de solutions qu'ils trouvent. Ils sont doués à l'utilisation des instruments, que l'instrument soit la langue, les théories, un pinceau ou un ordinateur. Les types appartenant à la catégorie Artisan sont les suivants : ESTP (**promoteur**), ISTP (**fabricant**), ESFP (**interprète**), ISFP (**compositeur**). *source : Wikipédia*

NB : Voir dans le cours en ligne, les fiches descriptives de chaque type

Les idéalistes (NF) : l'habileté diplomatique

Les besoins de base de l'Idéaliste sont d'avoir un but à atteindre et de travailler à améliorer les choses. Les idéalistes ont besoin d'avoir un sens unique de l'identité. Ils valorisent l'union et l'authenticité. Les idéalistes préfèrent les interactions coopératives centrées sur l'éthique et la moralité. Ils ont tendance à être doués à unifier des personnes différentes et à aider les individus à réaliser leur potentiel. Ils construisent des ponts entre les gens par l'empathie et la clarification de questions plus profondes. Les types appartenant à la catégorie Idéaliste sont les suivants : ENFJ (**professeur**), INFJ (**conseiller**), ENFP (**champion**), INFP (**guérisseur**). *source : Wikipédia*

NB : Voir dans le cours en ligne, les fiches descriptives de chaque type

Les rationnels (NT) : l'habileté stratégique

Les besoins de base du Rationnel sont la maîtrise de concepts, de connaissance et de compétence. Ils veulent comprendre les principes de l'univers et apprendre ou même développer des théories pour tout. Ils valorisent l'expertise, la consistance logique, les concepts et les idées, et cherchent le progrès. Ils analysent abstraitement une situation et considèrent en amont les possibilités. La recherche, l'analyse, la quête de modèles et le développement d'hypothèses constituent pour eux une façon spontanée d'opérer. Les types appartenant à la catégorie Rationnel sont les suivants : ENTJ (**maréchal**), INTJ (**scientifique**), ENTP (**inventeur**), INTP (**architecte**). *source : Wikipédia*

NB : Voir dans le cours en ligne, les fiches descriptives de chaque type

Les types psychologiques doivent être vus comme des **outils permettant de diagnostiquer les différences de fonctionnement psychologique entre les individus**. Au lieu de reprocher à une personne son mode de raisonnement, on peut comprendre que cette personne est d'un type différent et donc aborde le monde selon d'autres priorités que les siennes. Les différences de types psychologiques peuvent être utilisées comme un outil pour comprendre les différences de fonctionnement des autres. Ces types sont applicables, selon Jung, à toutes les cultures.

Source : Wikipédia

8.1.2. Présentation personnelle : exercice

Venu des Etats-Unis, sous le nom d' « elevator pitch » qui signifie le temps de la montée de l'ascenseur.

Votre présentation doit se faire de façon rapide : **un argumentaire condensé en 120 mots maximum (60 secondes)**, en utilisant des **phrases et termes simples**, en définissant auparavant votre **objectif personnel** (ou final) quant à cette présentation. et un début de plan qui est établi en fonction de l'objectif de la présentation : **Qui je suis ? D'où je viens ? Où je veux aller ? (après l'IUT, dans 10 ans, dans 20 ans, consacrer ma vie ?) A quoi je m'intéresse ? Pourquoi je suis là ? Que puis-je apporter au groupe, à l'équipe ?(immédiatement ou à terme)**

1. Votre préparation

Elle répond aux questions que se posent les personnes rencontrées :

- **Quoi ? Pourquoi ? Comment ? Qui ?**

Il est admis que, selon leurs préférences mentales, les gens se posent plusieurs types de questions :

- **Qui êtes-vous ? Que faites-vous ? Comment procédez-vous ? A quoi travaillez-vous ?**

2. Cibler et affiner votre présentation

Cet exercice, pour avoir toute son efficacité, doit être *selon les professionnels qui en entendent beaucoup* :

- **Concis,**
- **Clair,**
- **Intéressant,**
- **Crédible,**
- **Conceptuel,**
- **Concret,**
- **Sortir du lot.**

Voir dans le cours en ligne Chap 8.1.2 « Rappel des régles de bonnes présentations individuelles »

Voir dans le cours en ligne Chap. 8.1.2 « Exemple de présentation personnelle »



Pensez à l'impact de votre présentation ! Les personnes qui l'écoutent feront ou auront :

- **Une analyse du dit,**
- **Une recherche éventuelle du non-dit,**
- **La séparation entre l'important (et le pourquoi de l'important) et les détails (qu'ils pèseront si nécessaire),**
- **Le ressenti des objectifs de cette présentation,**
- **Les auditeurs auront au final le besoin de rechercher les objections possibles.**